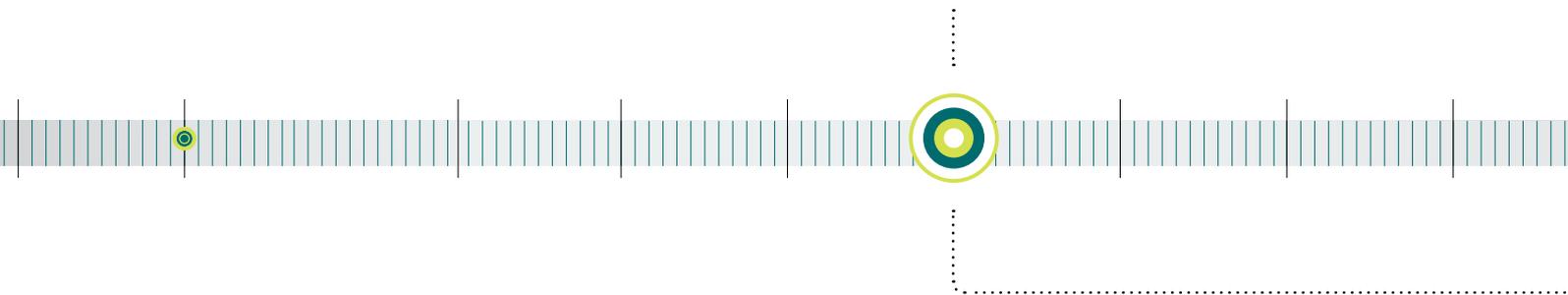




Q2

ZWISCHENBERICHT

für das erste Halbjahr vom
1. Januar bis 30. Juni 2013



KONZERN-KENNZAHLEN

		HJ 2013	HJ 2012	Q2 2013	Q2 2012	Q1 2013
Umsatz ¹⁾	in Mio. €	40,48	35,89	20,89	18,19	19,59
Umsatz aus Dienstleistungen	in Mio. €	39,86	35,34	20,60	17,88	19,26
Umsatz „Premium Club“	in Mio. €	26,43	25,25	13,56	12,87	12,87
Umsatz „E-Recruiting“	in Mio. €	10,87	7,90	5,62	3,92	5,25
Umsatz „Events“	in Mio. €	2,43	2,03	1,36	1,01	1,08
Umsatz „Network“	in Mio. €	0,13	0,16	0,07	0,08	0,06
EBITDA	in Mio. €	11,16	9,89	5,86	5,09	5,30
EBITDA-Marge	in %	28	28	28	28	27
Periodenergebnis	in Mio. €	4,69	4,04	2,69	2,07	2,00
Operativer Cashflow	in Mio. €	13,35	10,36	6,95	3,90	6,40
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	in €	0,84	0,74	0,48	0,38	0,36
Eigenkapital	in Mio. €	55,14	45,90	55,14	45,90	53,78
Liquide Mittel	in Mio. €	60,67	51,72	60,67	51,72	57,88
Mitglieder weltweit	in Mio.	13,46	12,39	13,46	12,39	13,18
davon Premium-Mitglieder (weltweit)	in Tsd.	825	793	825	793	810
Mitglieder in D-A-CH	in Mio.	6,51	5,71	6,51	5,71	6,30
davon Premium-Mitglieder (D-A-CH)	in Tsd.	801	767	801	767	786
Mitarbeiter		552	519	552	519	548

¹⁾ Gesamtumsatz inkl. sonstiger betrieblicher Erträge.

UNTERNEHMENSPORTRÄT

Zehn Jahre XING. Im deutschsprachigen Raum (D-A-CH) steht XING wie kein anderes Unternehmen für das Phänomen beruflichen Netzwerkes. Denn in den vergangenen zehn Jahren ist XING der Ort gewesen, an dem eine stetig steigende Anzahl von Mitgliedern sich findet, kontaktiert und vernetzt - zum Beispiel um Erfahrungen auszutauschen, zu diskutieren, Informationen zu bekommen oder selbst einen neuen Job zu finden. Auch nach zehn Jahren gilt: Die XING-Erfolgsgeschichte steht erst am Anfang. Denn nach wie vor wächst XING in seinem Heimatmarkt stärker als jeder Wettbewerber. Und das Potenzial für weiteres Wachstum ist groß, gerade in Zeiten grassierendem Fachkräftemangels, in denen Unternehmen händeringend neue Talente suchen. Für sie ist XING das größte Talentnetzwerk in D-A-CH. Für unsere Mitglieder ist XING dagegen die Plattform, die ihnen alle Möglichkeiten zur Hand gibt, um sich beruflich zu verwirklichen.

INHALTSVERZEICHNIS

2 An unsere Aktionäre

- 2 Brief des Vorstands
- 4 Die XING-Aktie

6 Finanzinformationen

- 6 Konzern-Zwischenlagebericht
- 14 Konzern-Zwischenabschluss
 - 14 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
 - 15 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
 - 16 Konzern-Bilanz
 - 18 Konzern-Kapitalflussrechnung
 - 20 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
 - 21 Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss
 - 24 Versicherung der gesetzlichen Vertreter

25 Service

- 25 Finanztermine, Impressum und Kontakt

BRIEF DES VORSTANDS

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

2013 ist für XING ein besonderes Jahr. Mit neuen strategischen Impulsen, Angeboten und Geschäftsmodellen stellen wir die Weichen für zukünftiges Wachstum. Das ist nötig und wichtig, denn der Markt, in dem wir agieren, erlebt derzeit einen massiven Umbruch. Die Arbeitswelt, wie sie die Generationen vor uns kannten, verändert sich radikal. Gründe dafür sind unter anderem die Digitalisierung, der Fachkräftemangel infolge des demografischen Wandels bei gleichzeitig robuster Konjunktur sowie der Wertewandel bei der nachwachsenden Generation. Immer häufiger kehren sich daher in immer mehr Branchen die althergebrachten Machtverhältnisse um: Nicht die Kandidaten bewerben sich bei den Unternehmen, sondern vielfach ist es umgekehrt.

Diese Entwicklung hat tiefgreifende Auswirkungen. Wissensarbeiter sind freier in der Gestaltung ihres Berufslebens. Sogenannte Normal-Arbeitsverhältnisse weichen immer häufiger bunten, individuell gestalteten Lebensläufen. Kriterium für Jobwechsel sind laut Umfragen jüngeren Datums nicht länger Gehalt und Aufstiegschancen, sondern Dinge wie Zufriedenheit, Atmosphäre, Sinn, Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Kurz: Wir erleben in Deutschland einen Paradigmenwechsel in der Arbeitswelt, in der das einzig Konstante der Wandel ist – und das eigene Netzwerk.

Die Arbeitswelt ist unser Metier und deshalb sind wir bestens positioniert, auch in der Arbeitswelt von morgen das berufliche Netzwerk im deutschsprachigen Raum zu sein. Die veränderten Ansprüche an Transparenz, Flexibilität und Freiheit des Arbeitnehmers oder Freelancers erfordern neue Produkte. Und wir machen erste Schritte, um die Bedürfnisse nach diesen neuen Produkten zu erfüllen.

So haben wir bereits im Januar mit der Akquisition des Marktführers für Arbeitgeberbewertungen im deutschsprachigen Raum – kununu GmbH – einen ersten wichtigen Meilenstein für die erfolgreiche Umsetzung unserer Wachstumsstrategie im Geschäftsbereich „E-Recruiting“ erreicht. Nach erfolgreicher Integration sind seit Juni dieses Jahres die Produkte von XING und kununu verschmolzen worden.

Im Bereich „Active Sourcing“ haben wir mit dem Ende letzten Jahres eingeführten XING-Talentmanager (XTM) für Personalabteilungen und Personalberatungen große Schritte nach vorn gemacht. So hat unser E-Recruiting-Team seit Jahresbeginn nahezu im Wochenrhythmus neue Funktionen für den XTM entwickelt und kontinuierlich Nutzerfeedbacks in die Verbesserung des Produkts einfließen lassen. Und dank unseres breit aufgestellten Vertriebs in Deutschland, Österreich und der Schweiz konnten wir seit Launch mehr als 2.000 Lizenzen an Unternehmenskunden verkaufen und damit unsere eigenen Planzahlen in der ersten Jahreshälfte deutlich übertreffen.

Anknüpfend an den derzeit stattfindenden Wandel in der Arbeitswelt haben wir nur wenige Tage nach Ende des ersten Halbjahres das neue XING-Profil gelauncht. Während Mitgliederprofile bislang vom Lebenslauf dominiert wurden, stehen jetzt stark erweiterte individuelle Möglichkeiten der professionellen Selbstdarstellung zur Verfügung. Damit haben nicht mehr nur Mitglieder mit klassischer Berufslaufbahn die Möglichkeit, ihren Werdegang adäquat darzustellen. Künftig können ebenso beispielsweise Freiberufler,

Kreative und Designer, aber auch Studenten, Unternehmer, Bäcker oder Zahnärzte ihr professionelles Ich individuell darstellen. Die Arbeitswelt wird bunter und individueller. Mit unserem neuen Profil bieten wir unseren Mitgliedern zum zehnjährigen Firmenjubiläum von XING ein völlig neues Produkt, mit dem sich Berufstätige aller Branchen genauso wie Freiberufler in ihrem ganzen Facettenreichtum individuell darstellen können.

Auch unser Geschäftsbereich „Events“ konnte deutlich zulegen und die in den letzten Quartalen rückläufigen Wachstumsraten vor allem dank der Neuausrichtung im Vertrieb im ersten Quartal 2013 wieder signifikant steigern.

Im Einklang mit der dynamischen Entwicklung auf der Produktseite wächst auch unsere Mitgliederbasis weiter. Im ersten Halbjahr konnten wir mit 416.000 neuen Mitgliedern ein starkes Wachstum verzeichnen. Ende Juni nutzten 6,5 Millionen Mitglieder die XING-Plattform in unseren deutschsprachigen Kernmärkten. Auch bei den zahlenden Mitgliedern konnten wir weiter zulegen. Insgesamt haben sich netto 18.000 Mitglieder in der ersten Jahreshälfte für die erweiterte kostenpflichtige Mitgliedschaft entschieden. Die Entwicklung dieses Geschäftsbereichs wird zum Ende dieses Jahres bzw. in 2014 eine wichtige strategische Rolle spielen, um auch hier das Wachstum wieder voranzutreiben.

Das Ergebnis unserer Initiativen spiegelt sich in den Zahlen wider. Im zweiten Quartal 2013 verzeichneten wir ein stärkeres Umsatzwachstum als in den Quartalen zuvor. So stieg der Quartalsumsatz um 15 Prozent auf fast 21 Mio. € an (Wachstum Q1 2013: 11 Prozent). Aber auch organisch (exkl. kununu) sind wir im zweiten Quartal wieder zweistellig gewachsen. In den ersten sechs Monaten haben wir einen Umsatz von 40,5 Mio. € generiert. Das sind 13 Prozent mehr als im ersten Halbjahr 2012. Gleichzeitig haben wir auch unser operatives Ergebnis (EBITDA) ebenfalls um 13 Prozent auf 11,2 Mio. € ausgeweitet.

Angespornt und hoch motiviert durch das bisher Erreichte sind wir in die zweite Hälfte des laufenden Geschäftsjahres gestartet und weiterhin zuversichtlich, unsere gesteckten Ziele auch zu erreichen.

Wir danken Ihnen, dass Sie uns auf diesem Weg der Transformation und wichtigen strategischen Neuausrichtung begleiten, und freuen uns auf die nächsten Monate, in denen wir zusätzliche Wachstumsimpulse - wie beispielsweise die neue Version des XING-Talentmanagers oder unsere neuen Angebote für Premium-Kunden - umsetzen werden.

Dr. Thomas Vollmoeller
CEO
XING AG

Ingo Chu
CFO
XING AG

Timm Richter
CPO
XING AG

Jens Pape
CTO
XING AG

DIE XING-AKTIE

Stammdaten zur XING-Aktie

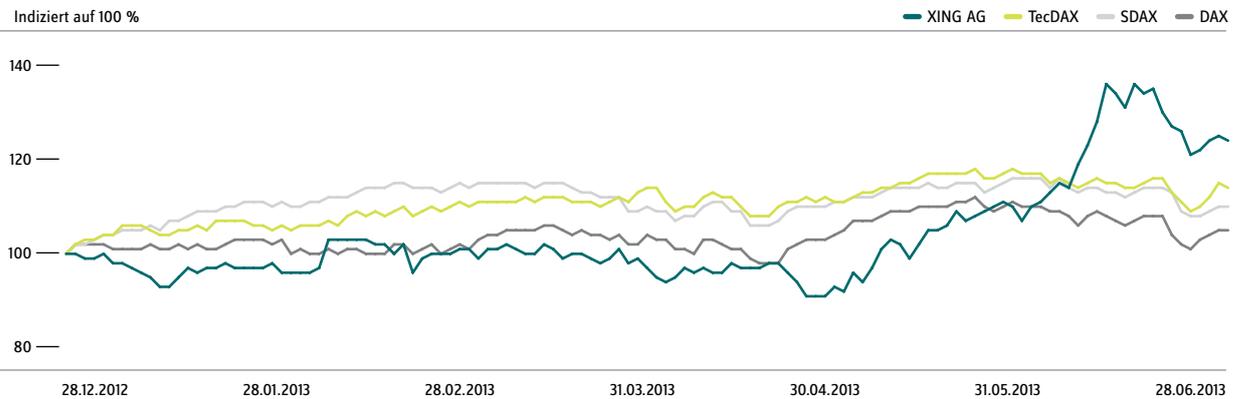
Anzahl Aktien per 30.06.2013	5.580.252
Grundkapital in €	5.580.252,00
Aktienart	Namensaktien
Börsengang	07.12.2006
WKN / ISIN	XNG888 / DE000XNG8888
Bloomberg	O1BC
Reuters	OBCGn.DE
Transparenzlevel	Prime Standard
Index	TecDAX
Sektor	Software

Kennzahlen zur XING-Aktie auf einen Blick

	HJ 2013	HJ 2012
XETRA-Schlusskurs am Ende der Periode in €	51,81	46,00
Höchstkurs in €	57,14	42,50
Tiefstkurs in €	38,00	37,87
Marktkapitalisierung am Periodenende in Mio. €	289,1	251,8
Durchschnittliches Handelsvolumen je Handelstag (XETRA)	11.230	19.732
Rang im TecDAX		
nach Handelsumsatz	32	24
nach Free Float-Marktkapitalisierung	32	18
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in €	0,84	0,74

Die XING-Aktie

Aktienkursentwicklung im Vergleich, vom 28.12.2012 bis 28.06.2013
in %

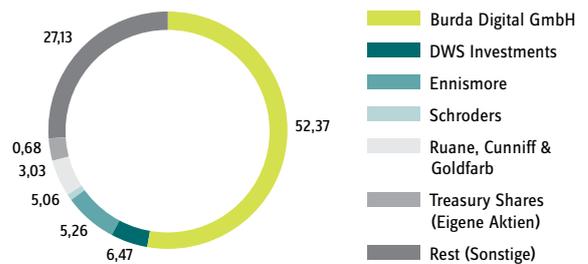


Kurs der XING-Aktie am 28.12.2012 41,87 € = 100 %.

Performance XING-Aktie im Vergleich
in %

XING-Aktie	+24
TecDAX	+14
DAX	+5
SDAX	+10

Aktionärsstruktur per 6. August 2013
in %



Analystenempfehlungen für die XING-Aktie per 6. August 2013

Broker	Analyst	Empfehlung	Kursziel
Berenberg Bank	Sarah Simon	Kaufen	51,00 €
Close Brothers	Marcus Silbe	Kaufen	60,00 €
Commerzbank	Heike Pauls	Kaufen	60,00 €
Deutsche Bank	Benjamin Kohnke	Kaufen	73,00 €
Hauck & Aufhäuser	Sascha Berresch	Halten	52,00 €
HSBC	Christopher Johnen	Underweight	36,00 €
Jefferies	David Reynolds	Underperform	32,00 €
J.P. Morgan Cazenove	Nicolas J. Dubourg	Halten	46,00 €
Montega	Alexander Braun	Verkaufen	36,50 €
Warburg Research	Jochen Reichert	Kaufen	65,00 €

KONZERN-ZWISCHENLAGEBERICHT

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2013

Geschäftsverlauf

Gesamt- und branchenwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Allgemeine Wirtschaftslage

Nach dem schwachen Jahresstart infolge des langen und kalten Winters hat sich die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland im zweiten Quartal 2013 spürbar belebt. Dabei konnte die Bauwirtschaft den späten Saisonbeginn im Berichtsquartal zügig aufholen. Die Industrieproduktion profitierte von seit dem letzten Herbst anziehenden Auftragseingängen. Vor dem Hintergrund der geringen Dynamik der Weltwirtschaft und der anhaltenden Rezession in der Eurozone verschlechterte sich die Auftragslage der deutschen Industrie im April und Mai 2013 allerdings wieder. Dennoch blicken die Industrieunternehmen überwiegend verhalten positiv in die Zukunft. Der Ifo-Geschäftsklimaindex für die gewerbliche Wirtschaft in Deutschland stieg im Juni erneut leicht an, gestützt auf positivere Erwartungen. Dagegen sank der Optimismus deutscher Dienstleistungsunternehmen im Juni auf den tiefsten Stand seit sechs Monaten. Trotzdem wird hier eine Aufstockung des Personalbestands geplant. Nach einem Rückgang im April und einer Seitwärtsbewegung im Mai stiegen die ZEW-Konjunkturerwartungen im Juni wieder an. Dies deutet auf eine zaghafte Belebung der Konjunktur im zweiten Halbjahr hin.

Marktentwicklung und Wettbewerb

Der deutsche Arbeitsmarkt hat nach dem Boom im Vorjahr seit der Jahreswende zwar an Schwung verloren, zeigt sich jedoch weiterhin sehr robust. Die Erwerbstätigkeit lag mit zuletzt rund 41,8 Millionen Beschäftigten stabil auf einem hohen Niveau und damit etwas höher als im Vorjahresvergleich. Mit mehr als 6,5 Millionen Mitgliedern Ende Juni 2013 ist XING weiterhin der klare Marktführer im Bereich Business Social Networks.

Ertragslage im Konzern

Im ersten Halbjahr konnte die XING AG ihren Umsatz aus Dienstleistungen gegenüber der Vorjahresperiode um 4,52 Mio. € (+13 Prozent) auf 39,86 Mio. € (HJ 2012: 35,34 Mio. €) steigern. Der Gesamtumsatz (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) betrug im ersten Halbjahr 2013 40,48 Mio. € gegenüber 35,89 Mio. € in den ersten sechs Monaten des Vorjahres. Allein 2,97 Mio. € Mehrumsatz hat der Geschäftsbereich „E-Recruiting“ – dank der Ausweitung der Vertriebsaktivitäten, der erfolgreichen Etablierung des XING-Talentmanagers sowie der Akquisition der kununu GmbH, Wien, Österreich – zum Wachstum beigetragen.

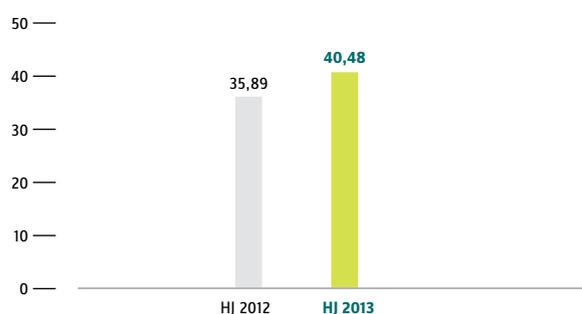
Die Marketingausgaben verringerten sich dank weiter gesteigerter Marketingeffizienz und einem höheren Anteil von sogenannten Self-Registrations in der ersten Jahreshälfte um rund 25 Prozent auf 2,53 Mio. € (HJ 2012: 3,36 Mio. €). Die Personalaufwendungen lagen mit 17,40 Mio. € (43 Prozent vom Gesamtumsatz) rund 18 Prozent über dem Vergleichswert des Vorjahres (HJ 2012: 14,76 Mio. €). Dies liegt im Wesentlichen in der Akquisition der kununu GmbH im ersten Quartal 2013 und von deren 24 Mitarbeitern begründet. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen infolge der Anmietung neuer Büroflächen und Serverkapazitäten sowie erhöhter Ausgaben für Freelancer von 7,87 Mio. € in den ersten sechs Monaten 2012 auf 9,40 Mio. € im ersten Halbjahr 2013 um 19 Prozent an.

Das operative Ergebnis (EBITDA) des XING-Konzerns erhöhte sich von 9,89 Mio. € im ersten Halbjahr 2012 um 13 Prozent auf 11,16 Mio. € in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres. Die EBITDA-Marge gemessen an den gesamten Umsatzerlösen (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) beträgt für das erste Halbjahr 28 Prozent und liegt wie erwartet auf Vorjahresniveau (HJ 2012: 28 Prozent).

Die planmäßigen Abschreibungen im ersten Halbjahr 2013 in Höhe von 4,21 Mio. € (HJ 2012: 3,90 Mio. €) beinhalten rund 0,62 Mio. € Abschreibungen für die im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte der akquirierten Gesellschaften amando GmbH sowie kununu GmbH. Darüber hinaus betragen die außerplanmäßigen Abschreibungen im ersten Halbjahr 2013 0,0 Mio. € (HJ 2012: 0,1 Mio. €).

Umsatz Konzern

in Mio. €



Das EBIT für die ersten sechs Monate des laufenden Geschäftsjahres beträgt damit 6,96 Mio. € (HJ 2012: 5,99 Mio. €). Dies entspricht einer Marge am Gesamtumsatz (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) in Höhe von 17 Prozent. Nach Abzug von Steuern in Höhe von 2,33 Mio. € (Steuerquote: 33 Prozent) beträgt der Konzernüberschuss im ersten Halbjahr 4,69 Mio. € und ist damit um 16 Prozent gegenüber der Vorjahresperiode (HJ 2012: 4,04 Mio. €) gestiegen. Das Ergebnis je Aktie beträgt 0,84 € für die ersten sechs Monate des laufenden Geschäftsjahres (HJ 2012: 0,74 €).

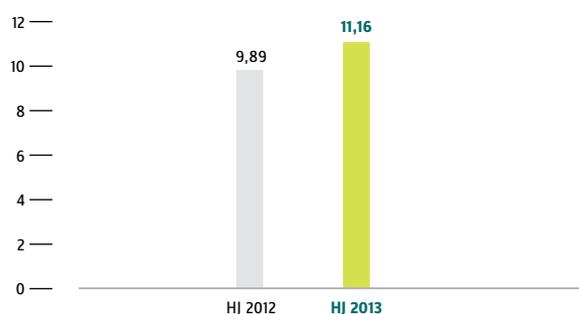
Entwicklung im Geschäftsbereich „Network“ und Mitgliederwachstum

Die XING-Plattform (Geschäftsbereich „Network“) ist in der ersten Jahreshälfte weiter auf hohem Niveau gewachsen. So stieg die Zahl der XING-Mitglieder im zweiten Quartal mit 211.000 noch stärker als in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres. Insgesamt haben damit im ersten Halbjahr 416.000 Personen in der D-A-CH-Region ein Profil auf XING angelegt, um sich beruflich weiterzuentwickeln und ihr professionelles Netzwerk zu pflegen. Das entspricht einem Wachstum von 14 Prozent gegenüber Juni 2012. Damit sind Ende Juni 2013 mehr als 6,5 Millionen Menschen in der D-A-CH-Region bei XING registriert. Weltweit pflegen insgesamt 13,5 Millionen Menschen ihre beruflichen Kontakte auf XING.

Große Dynamik zeigt weiterhin die Nutzung des mobilen XING-Angebots auf den unterschiedlichen Plattformen wie iOS, Android, BlackBerry oder Windows Phone. Bereits gegen Ende

EBITDA

in Mio. €



des ersten Quartals haben wir hier einen wichtigen Schritt zur Erweiterung der mobilen Angebote gemacht. Ende März haben wir die neue XING iPad-App vorgestellt. In der Folge hat sich der mobile Traffic in den vergangenen zwölf Monaten weiter sehr positiv entwickelt. Ende Juni betrug der Anteil am Gesamttraffic bereits über 36 Prozent.

Auf der Produktseite haben wir in den vergangenen Monaten sehr stark auf den Anfang Juli vollzogenen Launch des neuen XING-Profiles hingearbeitet. Denn der Markt, in dem wir agieren, erlebt derzeit einen massiven Umbruch. Die Arbeitswelt, wie sie die Generationen vor uns kannten, verändert sich radikal. Gründe dafür sind unter anderem die Digitalisierung, der Fachkräftemangel infolge des demografischen Wandels bei gleichzeitig robuster Konjunktur sowie der Wertewandel bei der nachwachsenden Generation. Diese Entwicklung hat tiefgreifende Auswirkungen. Wissensarbeiter sind freier in der Gestaltung ihres Berufslebens. Sogenannte Normal-Arbeitsverhältnisse weichen immer häufiger bunten, individuell gestalteten Lebensläufen. Wir erleben in Deutschland einen Paradigmenwechsel in der Arbeitswelt, in der die einzige Konstante der Wandel ist - und das eigene Netzwerk.

Anknüpfend an den derzeit stattfindenden Wandel in der Arbeitswelt haben wir nur wenige Tage nach Ende des ersten Halbjahres das neue XING-Profil gelauncht. Während Mitgliederprofile bislang vom Lebenslauf dominiert wurden, stehen jetzt stark erweiterte individuelle Möglichkeiten der professionellen Selbstdarstellung zur Verfügung. Damit haben

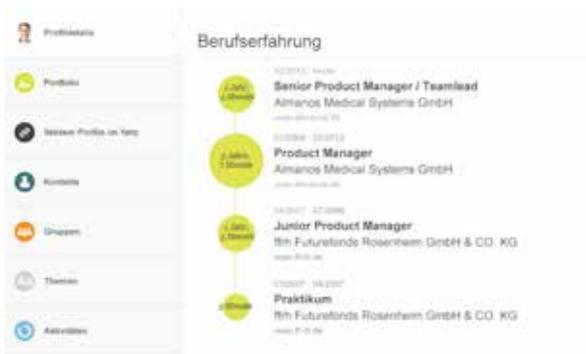
Mitglieder in D-A-CH

in Mio.



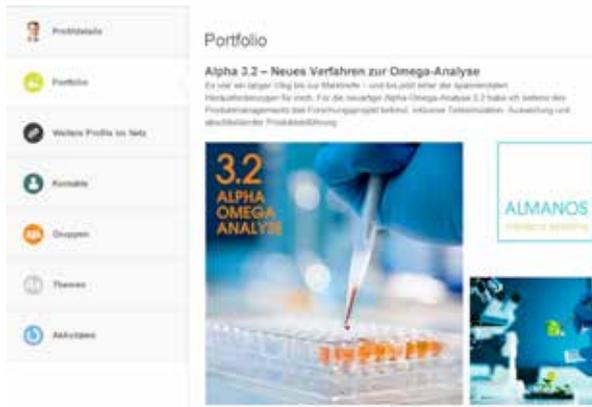
nicht mehr nur Mitglieder mit klassischer Berufslaufbahn die Möglichkeit, ihren Werdegang adäquat darzustellen. Künftig können ebenso beispielsweise Freiberufler, Kreative und Designer, aber auch Studenten, Unternehmer, Bäcker oder Zahnärzte ihr professionelles Ich individuell darstellen. Die Arbeitswelt wird bunter und individueller. Mit dem neuen Profil bieten wir unseren Mitgliedern zum zehnjährigen Jubiläum der Gründung von XING ein völlig neues Produkt, mit dem sich Berufstätige aller Branchen genauso wie Freiberufler in ihrem ganzen Facettenreichtum individuell darstellen können.

Erfolgreiche Projekte, Messe- und Veranstaltungsteilnahmen oder zu vermarktende Produkte sowie Dienstleistungen lassen sich im neuen Portfolio umfangreich per Bild und Text präsentieren. Mittels der Integration eigener Twitter- und Blog-Beiträge sowie ausgewählter XING-bezogener Inhalte stellen sich Nutzer auf dem neuen XING-Profil umfassend sowie auch mit Präsenzen dar, die sie außerhalb von XING verfolgen. Das neue XING-Profil erscheint in einem frischen und modernen Design. Intuitive Navigation und Bedienkomfort gewährleisten eine neu eingeführte Reiterstruktur sowie die Etablierung praktischer Drag- und Drop-Funktionen. Mitglieder können zudem künftig prominent anzeigen, ob sie an Karrierechancen interessiert oder auf Jobsuche sind.



Das Portfolio als neues Schaufenster für Referenzen und Persönliches

Mit dem Portfolio erweitert XING das Mitgliederprofil um einen neuen Darstellungsraum. Hier stellen sich XING-Nutzer erstmals in Form von Bildern und beschreibenden Texten dar. Zudem können Informationsmaterialien als PDF-Download angeboten werden. Damit bietet XING im Nutzerprofil integriert ein virtuelles Schaufenster, welches für die umfangreiche Darstellung von Produkten oder Dienstleistungen genauso eingesetzt werden kann wie zur Darstellung von Referenzen. Auch für Studenten, die vor dem Einstieg ins Berufsleben stehen, stellt das Portfolio ein wertvolles Karrierewerkzeug dar. Durch eine Ausstellung der wichtigsten Studienprojekte geben sie auf ihrem XING-Profil Einblick in bereits erworbenes Know-how sowie erlernte Arbeitsweisen und präsentieren sich dem Arbeitsmarkt.



XING-Kontakte in Outlook integrieren

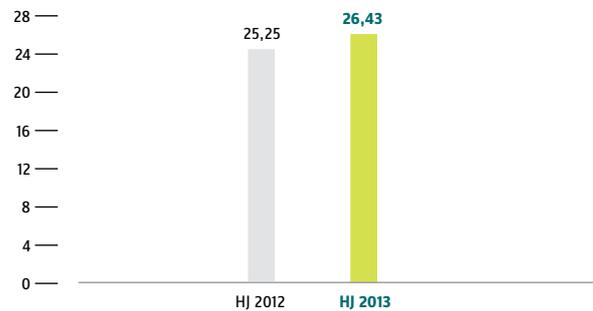
Zum Ende des zweiten Quartals haben wir für alle Nutzer von Microsoft Outlook den neuen XING Outlook Connector zur Verfügung gestellt. Der Connector verbindet das E-Mail-Programm mit der XING-Plattform und bietet zahlreiche nützliche Tools und Erweiterungen für das tägliche Arbeiten mit MS Outlook wie z.B.:

- Kontakte und deren freigegebene Kontaktdaten werden in Outlook importiert und automatisch auf dem aktuellen Stand gehalten.
- Nutzer des Connectors sehen die Aktivitäten ihrer Kontakte auf XING direkt in Outlook und verpassen so nie wieder eine Profiländerung oder einen neuen Kontakt.
- Mit einem Klick fügen Sie Ihre Outlook-Kontakte und Geschäftspartner als XING-Kontakt hinzu oder laden sie zu XING ein.



Umsatz „Premium Club“

in Mio. €



Entwicklung im Geschäftsbereich „Premium Club“

Der Geschäftsbereich „Premium Club“ umfasst im Wesentlichen Erlöse aus bezahlten Mitgliedschaften und zu einem geringen Anteil Erlöse aus der Vermarktung von Werbeflächen.

Wir arbeiten derzeit intensiv an der neuen Ausrichtung unseres Kernprodukts, der Premium-Mitgliedschaft. Daher werden wir bis zum Launch des neuen Angebots keine wesentlichen Produktveränderungen bei der bestehenden Premium-Mitgliedschaft vornehmen.

Ende des zweiten Quartals haben wir die Preise für die XING-Premium-Mitgliedschaften angepasst. So kostet die 3-Monats-Mitgliedschaft für alle Mitglieder, die seit Juni 2013 die erweiterten Funktionen der XING-Plattform nutzen wollen, jetzt 9,95 € pro Monat. Für die 12-Monats-Mitgliedschaft werden 7,95 € pro Monat in Rechnung gestellt.

Das große XING Premium Sommer-Special!
Sparen Sie jetzt 20 % und sichern Sie sich bis zu 2 Premium-Monate PLUS die Gewinnchance auf tolle Preise!

- ✓ Besuchen Ihre Profile gratis
- ✓ Mit erweiterten Suchfiltern gezielt finden
- ✓ Nachrichten auch an neue Kontakte schreiben
- ✓ Coloursprüche bis 100 MB für XING-Nachrichten, SSL-verschlüsselt

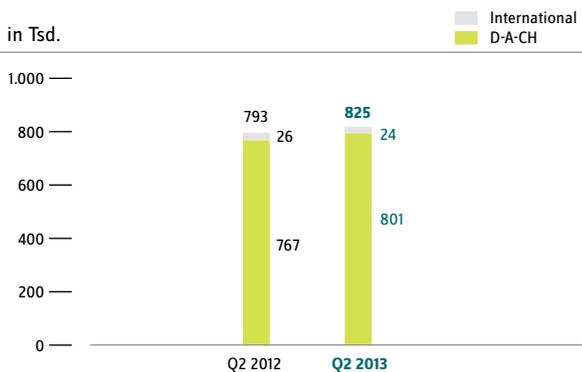
Alle Vorteile im Detail

- 3 Monate 7,95 € mtl. (3 Monate Laufzeit)
- 12 Monate 6,38 € mtl. (12 Monate Laufzeit)

30%+ Freimonate + Gewinnspiel

Premium-Mitglied werden

Zahlende Mitglieder



Nach einem Wachstum von netto 2.200 neuen zahlenden Mitgliedern im ersten Quartal 2013 konnten wir netto mehr als 15.000 neue zahlende Mitglieder im zweiten Quartal gewinnen. Diese Quartalsschwankungen sind aufgrund des kampagnengetriebenen Geschäfts normal. Damit sind im ersten Halbjahr mehr als 17.000 Mitglieder zur Premium-Mitgliedschaft konvertiert. Damit erhöht sich der Bestand auf 801.000 in der D-A-CH-Region bzw. 825.000 zahlende Mitglieder zum Ende des ersten Halbjahres 2013 weltweit.

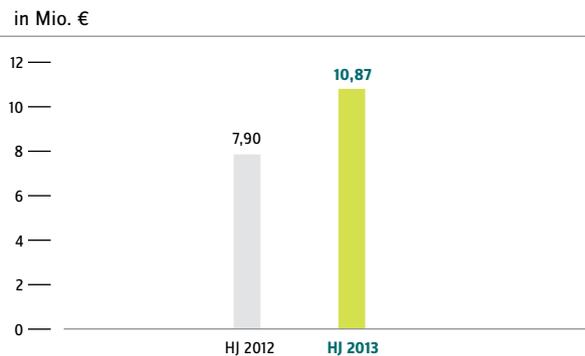
Im Teilbereich „Advertising“ gehören die „Specials“ weiterhin zu den wichtigsten Produkten. Dabei handelt es sich um Mehrwert-Angebote der Partner an XING-Nutzer, die crossmedial über Display Advertising & Mailings beworben werden. Darüber hinaus wurde das Key Account Management auf Vermarkterseite weiter ausgebaut und in der Folge das Buchungsvolumen im Verlauf des zweiten Quartals entsprechend gesteigert.

Insgesamt haben wir im Geschäftsbereich „Premium Club“ den Umsatz im ersten Halbjahr 2013 um 5 Prozent auf 26,4 Mio. € (HJ 2012: 25,2 Mio. €) steigern können.

Entwicklung im Geschäftsbereich „E-Recruiting“

Im Geschäftsbereich „E-Recruiting“ haben wir uns zu Beginn des Jahres sehr ehrgeizige Wachstumsziele gesetzt. Und bereits nach den ersten sechs Monaten können wir eine positive Bilanz ziehen. Denn in den ersten beiden Quartalen des aktuellen Geschäftsjahres konnten wir das Umsatzwachstum gegenüber Ende 2012 wieder beschleunigen. So stieg der Umsatz des Geschäftsbereichs „E-Recruiting“ im ersten

Umsatz „E-Recruiting“



Halbjahr 2013 um 38 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode (HJ 2012: 28 Prozent). Allein im zweiten Quartal 2013 lag die Wachstumsrate bei 43 Prozent (Q2 2012: 23 Prozent). In der Folge wurden insgesamt 10,87 Mio. € (HJ 2012: 7,90 Mio. €) in den ersten sechs Monaten in diesem Geschäftsbereich umgesetzt.

Dieses dynamische Wachstum wird von allen Teilbereichen getragen:

1. Der XING-Talentmanager:

Seit Launch Ende 2012 besteht bei Unternehmenskunden und Personalberatungen eine große Nachfrage für den Ende 2012 etablierten XING-Talentmanager (XTM). So konnten wir seit Vermarktungsstart bereits mehr als 2.000 Lizenzen des kostenpflichtigen Recruiter-Produkts verkaufen und unsere eigenen Erwartungen deutlich übertreffen. Immer mehr Unternehmen erkennen die Vorteile von aktiver Kandidatenansprache über unsere Plattform.

Die Gründe für „Active Sourcing“ und den bisher großen Erfolg beim Vertrieb des Talentmanagers liegen auf der Hand: Durch die proaktive Kandidatenansprache können offene Stellen deutlich schneller besetzt werden als über die klassische Methode der Stellenanzeige. Ein weiterer Grund gegenüber der Beauftragung eines Personalberaters zur Suche nach geeigneten Kandidaten ist der Preis mit knapp 3.000 € pro Lizenz (Seat) pro Jahr. Eine Gebühr die deutlich unter der durchschnittlichen Vermittlungsprovision für einen externen Personalberater liegt. Auch die Kandidatenqualität kann gesteigert werden, wenn genau definierte Suchkriterien vorliegen und ausschließlich

diejenigen Kandidaten angesprochen werden, die diese Kriterien erfüllen. Nur mit dieser Methode (oder mit der Beauftragung eines Headhunters) können latent Stellensuchende identifiziert und aktiv angesprochen werden. Laut der aktuellen Studie *Bewerbungspraxis 2013* will fast jeder zweite Arbeitnehmer lieber von einem Arbeitgeber angesprochen werden als selbst aktiv zu werden.



Und auch nach Einschätzung des Institute for Competitive Recruiting (ICR) gehört „Active Sourcing“ in Zukunft zum Standardrepertoire eines Recruiters 2.0. Je nach Erfahrung des Recruiters und der gesuchten Zielgruppe (national, international, Tätigkeitsfelder) wird die Auswahl der genutzten Plattformen und Kanäle sukzessive erweitert. Erste empirische Erkenntnisse zeigen bereits, dass proaktives Recruiting zu mehr und vor allem besseren Bewerbern führt.

2. Unternehmensprofile – Employer Branding mit XING und kununu:

Auch der Teilbereich Employer Branding mit kostenpflichtigen Unternehmensprofilen wächst rasant.

Zur Stärkung bzw. zum Ausbau dieses Wachstumsfelds haben wir mit Wirkung zum 1. Januar 2013 die österreichische kununu GmbH übernommen. kununu wurde im Jahre 2007 gegründet und sitzt in Wien. Mit rund drei Millionen Seitenaufrufen pro Monat ist kununu die marktführende Plattform für Arbeitgeberbewertungen im deutschsprachigen Raum. Mit Vertragsunterschrift zahlten wir an die Verkäufer 3,6 Mio. €. Im zweiten Quartal erfolgte auf Basis des Jahresabschlusses 2012 der kununu GmbH eine Anpassung des

Kaufpreises um 72 Tsd. €. In Abhängigkeit von verschiedenen Faktoren, insbesondere der Umsatz- und der EBITDA-Entwicklung von kununu in den Jahren 2013 und 2014, können bis Februar 2015 maximal weitere Zahlungen in Höhe von insgesamt ca. 5,7 Mio. € erfolgen.

kununu funktioniert für die Jobsuche ähnlich wie Hotelbewertungsplattformen für die Reiseplanung: Auf kununu bewerten Mitarbeiter, Ex-Mitarbeiter, Auszubildende und Praktikanten ihren Arbeitgeber unter anderem in Bezug auf Betriebsklima, Aufstiegschancen und Gehalt. Dadurch bekommen Jobsuchende einen authentischen Einblick in Unternehmen aus Arbeitnehmersicht. Darüber hinaus haben Arbeitgeber die Möglichkeit, kostenpflichtige Profile für Employer Branding auf kununu zu erwerben, um sich interessierten Talenten optimal zu präsentieren.

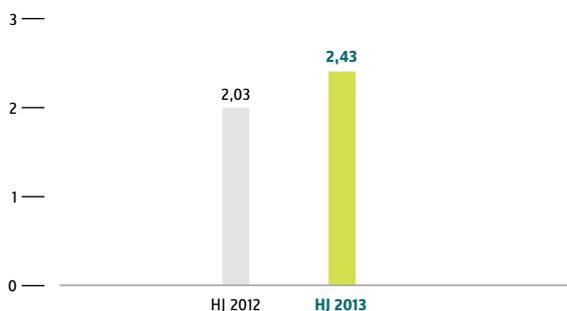
Seit Mitte des Jahres wurden die Produkte von kununu und XING zusammengeführt und unter einem neuen Preismodell als Employer Branding-Profil von der neuen Tochtergesellschaft aus Wien erfolgreich vermarktet.

3. Stellenanzeigen

Auch im klassischen Geschäft mit der Vermarktung von Stellenanzeigen auf www.xing.com/jobs entwickeln sich die Umsätze positiv und XING gewinnt hier weitere Marktanteile. In diesem Bereich werden wir in der zweiten Jahreshälfte wichtige Neuentwicklungen und Angebote vorstellen.

Umsatz „Events“

in Mio. €



Entwicklung im Geschäftsbereich „Events“

Der Geschäftsbereich „Events“ ist seit dem zweiten Quartal 2013 wieder auf Wachstumskurs. Nachdem sich Ende letzten Jahres (+22 Prozent) sowie im ersten Quartal 2013 (+5 Prozent) die Wachstumsraten in diesem Geschäftsbereich deutlich verlangsamt, konnten wir dank der Ende 2012 durchgeführten Neuausrichtung und Besetzung wichtiger Positionen wieder deutlich beim Umsatz zulegen. So stieg wie bereits im ersten Quartal erwartet der Umsatz im zweiten Quartal 2013 gegenüber dem Vergleichsquartal des Vorjahres um 35 Prozent auf 1,36 Mio. €. Somit konnten im ersten Halbjahr insgesamt 2,43 Mio. € Umsatzerlöse erzielt werden (HJ 2012: 2,03 Mio. €).

amiando goes mobile: Das Eventticket auf dem Smartphone

Im April startete unsere Tochtergesellschaft amiando aus München erstmals ihren mobilen Ticketshop, der sowohl für Veranstalter als auch für Ticketkäufer enorme Vorteile bietet. Veranstalter haben die Möglichkeit ihre Tickets für aktuelle und zukünftige Events über einen weiteren Kanal anbieten zu können. Durch den erleichterten Kaufprozess verbessert sich die Conversion Rate des Ticketshops, der Veranstalter verkauft mehr Tickets. Und durch die optimierte mobile Darstellung des Ticketshops können Kunden ab sofort ihr Ticket bequem auf ihrem mobilen Endgerät erwerben und abspeichern. Mit den digitalen Tickets als zusätzlichen Service ermöglicht amiando ein vereinfachtes und komfortables Einlassmanagement beim Event.

Nur wenige Monate später launchte amiando eine weitere hilfreiche Ergänzung für mobiles Ticketing. Seit Anfang Juli integriert amiando die Wallet-Funktion Passbook und versendet seitdem mobile Tickets. Den Teilnehmern wird damit eine noch komfortablere Eventteilnahme ermöglicht. Passbook ist ein Programm von Apple, mit dem elektronische Tickets auf dem iPhone gespeichert und verwaltet werden können. Für Android-Geräte bietet die App PassWallet die gleiche Funktion.

Mit EasyEntry ermöglicht amiando ein vereinfachtes und komfortables Einlassmanagement beim Event. Durch die Funktion Geoposition und Uhrzeit erscheint das Ticket sofort auf dem Display, sobald der Eventteilnehmer vor Ort ist. Das lange Suchen nach dem passenden Ticket gehört somit der Vergangenheit an.

Vermögenslage

Zum Zwischenbilanzstichtag am 30. Juni 2013 lag der Wert der langfristigen Vermögenswerte bei 34,1 Mio. € (31.12.2012: 23,1 Mio. €). Bei einem langfristig gebundenen Kapital von 60,0 Mio. € ergibt sich eine Überdeckung von 176,3 Prozent des langfristigen Kapitals über das langfristige Vermögen (31.12.2012: 55,5 Mio. € entsprechen 240,8 Prozent Überdeckung). Der Anstieg des Langfristvermögens resultiert aus den im Rahmen der Kaufpreisallokation der kununu GmbH identifizierten immateriellen Vermögenswerten (+3,2 Mio. €) sowie dem Goodwill für diesen Erwerb (+6,9 Mio. €). Das langfristige Kapital hat sich überwiegend aufgrund des Halbjahresergebnisses 2013 (+4,7 Mio. €), der Kapitaleinzahlungen aus Aktienoptionsprogrammen (+1,7 Mio. €) sowie der im Rahmen der Kaufpreisallokation der kununu GmbH passivierten latenten Steuern (+0,8 Mio. €) erhöht. Gegenläufig wirkte sich die Zahlung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2013 in Höhe von 3,1 Mio. € aus.

Die kurzfristigen Vermögenswerte ohne Eigenzahlungsmittel erhöhten sich leicht von 10,4 Mio. € im Vergleichszeitpunkt auf 11,2 Mio. €. Die Veränderung der kurzfristigen Verbindlichkeiten resultiert im Wesentlichen aus einem Anstieg der Verpflichtungen aus kurzfristigen Umsatzabgrenzungen (+5,3 Mio. €) sowie dem noch nicht geleisteten Kaufpreisanteil für den Erwerb der kununu GmbH (5,7 Mio. €). Gemeinsam mit einigen weiteren geringen Änderungen ergibt sich insgesamt eine Erhöhung der kurzfristigen Verbindlichkeiten um 12,9 Mio. € (35,2 Prozent) auf 49,6 Mio. € (31.12.2012: 36,7 Mio. €).

Damit hat sich die Bilanzsumme zum Stichtag gegenüber dem 31. Dezember 2012 (92,2 Mio. €) um 17,4 Mio. € (18,9 Prozent) auf 109,6 Mio. € erhöht. Der Bestand an liquiden Mitteln ist mit 58,7 Prozent (31.12.2012: 63,7 Prozent) der Bilanzsumme nach wie vor der Hauptposten auf der Aktivseite. Lässt man die von der amianto GmbH treuhänderisch vereinnahmten Kundenzahlungen für Veranstaltungstickets, die als Fremdzahlungsmittel in der Bilanz ausgewiesen werden, außer Acht, beträgt der Anteil an eigenen Zahlungsmitteln an der Bilanzsumme sogar 57,3 Prozent (31.12.2012: 62,7 Prozent).

Finanzlage

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2013 erzielte der XING-Konzern einen positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von 13,3 Mio. € gegenüber 10,4 Mio. € im ersten Halbjahr 2012. Im Wesentlichen waren für den positiven Cashflow das operative Ergebnis und ein weiterer Anstieg der im Voraus geleisteten Kundenzahlungen in Höhe von 5,5 Mio. € (Vorjahreszeitraum: +2,0 Mio. €) verantwortlich.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug im ersten Halbjahr 2013 -7,5 Mio. € (Vorjahr: -3,6 Mio. €). Der im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich höhere Wert ist im Wesentlichen durch die Akquisition der kununu GmbH (-2,9 Mio. €) bedingt. Darüber hinaus wurden höhere Investitionen in selbst entwickelte Software (+0,5 Mio. €) sowie in Sachanlagen (+0,7 Mio. €) getätigt.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit im ersten Halbjahr 2013 beläuft sich auf -1,4 Mio. €. Im Vergleichszeitraum 2012 betrug der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit -21,2 Mio. €. Die Ausgaben betreffen mit 3,1 Mio. € Dividendenzahlungen an Aktionäre (Vorjahreszeitraum: 23,0 Mio. €; davon 20,0 Mio. € Sonderzahlung aus Kapitalrückgewähr). Demgegenüber stehen Einzahlungen aus Optionsausübungen und dem Verkauf eigener Aktien im Rahmen von Optionsprogrammen in Höhe von 1,7 Mio. € (Vorjahreszeitraum: 1,7 Mio. €).

Zum Ende der Periode beliefen sich die liquiden Eigenmittel des XING-Konzerns auf 60,7 Mio. € gegenüber 51,7 Mio. € am Ende des ersten Halbjahres 2012. Zusätzlich werden 3,6 Mio. € Fremdmittel verwaltet (Vorjahreszeitpunkt: 2,9 Mio. €).

Die Cashflow-Marge liegt mit 33,5 Prozent (Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit/Umsatz aus Dienstleistungen) wie bereits seit Jahren auf einem hohen Niveau (Vorjahreszeitraum: 29,3 Prozent). Dies bestätigt die Werthaltigkeit des Geschäfts und ermöglicht weitere Wachstumsinvestitionen.

Mit einer Eigenkapitalquote von 50,3 Prozent zum 30. Juni 2013 (31.12.2012: 56,1 Prozent) ist der XING-Konzern nach wie vor überwiegend durch Eigenkapital finanziert. Dies stellt eine solide Basis dar, die der Gesellschaft auch bei möglichen negativen Entwicklungen eine hohe Stabilität verleiht.

Risikobericht

Die permanente Überwachung und das Management von Risiken sind zentrale Aufgaben jedes börsennotierten Unternehmens. Zu diesem Zweck hat die XING AG das nach § 91 Abs. 2 AktG erforderliche Risikofrüherkennungssystem implementiert und entwickelt es vor dem Hintergrund aktueller Markt- und Unternehmensgegebenheiten fortlaufend weiter.

Jeder einzelne Mitarbeiter ist aufgefordert, aktiv potenzielle Schäden vom Unternehmen abzuwenden. Seine Aufgabe ist es, alle Gefahren in seinem Verantwortungsbereich unverzüglich zu beseitigen und bei Hinweisen auf entstehende oder existierende Risiken umgehend die entsprechenden Ansprechpartner zu informieren. Voraussetzung hierfür sind die Kenntnis des Risikomanagementsystems und ein möglichst hohes Risikobewusstsein der Mitarbeiter. Aus diesem Grund sensibilisiert XING die Mitarbeiter für die Bedeutung des Risikomanagements und macht sie mithilfe von Informationsmaterial mit dem Risikomanagementsystem vertraut.

Das Unternehmen identifiziert und analysiert potenzielle Risiken kontinuierlich. Dabei bewertet es erkannte Gefahren systematisch nach der Wahrscheinlichkeit ihres Eintritts und dem zu erwartenden potenziellen Schaden. Im Rahmen von quartalsweisen Risikoinventuren bzw. Statusabfragen werden die Risikoverantwortlichen und Führungskräfte zum Status bestehender Risiken und zur Identifizierung neuer Risiken befragt

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2013

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2013

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.06.2013	01.01.2012 - 30.06.2012	01.04.2013 - 30.06.2013	01.04.2012 - 30.06.2012
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	39.858	35.338	20.601	17.877
Sonstige betriebliche Erträge	620	554	291	313
Gesamte Betriebserträge	40.478	35.892	20.892	18.190
Personalaufwand	-17.397	-14.775	-8.624	-7.489
Marketingaufwand	-2.520	-3.357	-1.370	-1.502
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-9.398	-7.873	-5.039	-4.112
EBITDA	11.163	9.887	5.859	5.087
Abschreibungen	-4.206	-3.900	-1.926	-2.075
EBIT	6.957	5.987	3.933	3.012
Finanzerträge	64	243	27	120
Finanzaufwendungen	-1	-8	0	-5
EBT	7.020	6.222	3.960	3.127
Ertragsteuern	-2.329	-2.180	-1.265	-1.059
Periodenergebnis	4.691	4.042	2.695	2.068
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in €	0,84	0,74	0,48	0,38
Ergebnis je Aktie (verwässert) in €	0,84	0,73	0,48	0,38

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2013

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.06.2013	01.01.2012 - 30.06.2012	01.04.2013 - 30.06.2013	01.04.2012 - 30.06.2012
Periodenergebnis	4.691	4.042	2.695	2.068
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-1	3	-3	3
Sonstiges Ergebnis	-1	3	-3	3
Gesamtergebnis	4.690	4.045	2.692	2.071

Konzern-Bilanz

zum 30. Juni 2013

Aktiva in Tsd. €	30.06.2013	31.12.2012
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte		
Erworbene Software	2.950	2.876
Selbst entwickelte Software	7.899	7.044
Geschäfts- oder Firmenwert	12.498	5.574
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	3.822	1.582
Sachanlagen		
Mietereinbauten	575	547
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	5.034	4.574
Finanzanlagen		
Beteiligungen	51	51
Andere finanzielle Vermögenswerte	40	23
Latente Steueransprüche	1.185	797
	34.054	23.068
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte		
Forderungen aus Dienstleistungen	6.923	7.322
Ertragsteuerforderungen	488	388
Sonstige Vermögenswerte	3.814	2.660
Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen		
Eigenzahlungsmittel	60.669	56.159
Fremdzahlungsmittel	3.646	2.614
	75.540	69.143
	109.594	92.211

Passiva in Tsd. €	30.06.2013	31.12.2012
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	5.580	5.554
Eigene Aktien	-1.055	-2.039
Kapitalrücklagen	18.120	17.393
Sonstige Rücklagen	16.337	16.302
Bilanzgewinn	16.154	14.552
	55.136	51.762
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuerverbindlichkeiten	3.371	2.507
Erlösabgrenzung	1.522	1.270
	4.893	3.777
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	885	1.429
Erlösabgrenzung	29.125	23.842
Sonstige Verbindlichkeiten	19.555	11.401
	49.565	36.672
	109.594	92.211

Konzern-Kapitalflussrechnung

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2013

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.06.2013	01.01.2012 - 30.06.2012
Ergebnis vor Steuern	7.020	6.222
Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten	1.173	1.174
Abschreibungen	3.033	2.726
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	36	534
Zinserträge	-64	-243
Erhaltene Zinsen	112	301
Zinsaufwendungen	1	0
Gezahlte Steuern	-2.536	-2.384
Nicht aktivierungsfähige Auszahlungen für Akquisition konsolidierter Unternehmen	372	0
Veränderung der Forderungen und sonstiger Aktiva	-820	680
Veränderung der Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	1.950	228
Zahlungsunwirksame Veränderungen durch Änderungen des Konsolidierungskreises	-1.431	0
Veränderung der Erlösabgrenzung	5.535	1.988
Eliminierung amianto Fremdverpflichtung	-1.032	-868
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	13.349	10.358
Auszahlung für aktivierte Aufwendungen selbst entwickelter Software	-1.669	-1.155
Auszahlung für den Erwerb von Software	-838	-1.082
Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen	-2.029	-1.372
Auszahlung für Akquisition konsolidierter Unternehmen (abzüglich erworbener Finanzmittel)	-2.949	0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-7.485	-3.609

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.06.2013	01.01.2012 - 30.06.2012
Auszahlung Kapitalrückgewähr	0	-19.953
Auszahlung Dividende	-3.089	-3.020
Einzahlung aus Verkauf eigener Aktien	984	312
Einzahlung aus Optionsausübungen	753	1.433
Gezahlte Zinsen	-1	0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.353	-21.228
Differenzen aus der Währungsumrechnung	-1	3
Zahlungswirksame Veränderung des Eigen-Finanzmittelbestands	4.510	-14.476
Eigen-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	56.159	66.196
Eigen-Finanzmittelbestand am Ende der Periode ¹⁾	60.669	51.720
Fremd-Finanzmittelbestand zu Beginn der Periode	2.614	2.021
Veränderung des Fremd-Finanzmittelbestands	1.032	868
Fremd-Finanzmittelbestand am Ende der Periode	3.646	2.889

¹⁾ Finanzmittel bestehen aus liquiden Mitteln.

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2013

in Tsd. €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklagen	Eigene Anteile	Sonstige Rücklagen	Bilanzgewinn	Eigenkapital Summe
Stand 01.01.2012	5.426	14.008	-2.367	15.700	9.829	42.596
Währungsumrechnung	0	0	0	3	0	3
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	0	0	0	3	0	3
Jahresergebnis	0	0	0	0	3.898	3.898
Konzern-Gesamtergebnis	0	0	0	3	3.898	3.901
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	48	1.385	0	0	0	1.433
Dividendenzahlung	0	0	0	0	-3.020	-3.020
Verkauf eigener Aktien	0	0	312	0	0	312
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0	534	0	534
Stand 30.06.2012	5.474	15.393	-2.055	16.237	10.707	45.756
Stand 01.01.2013	5.554	17.393	-2.039	16.302	14.552	51.762
Währungsumrechnung	0	0	0	-1	0	-1
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses	0	0	0	-1	0	-1
Jahresergebnis	0	0	0	0	4.691	4.691
Konzern-Gesamtergebnis	0	0	0	-1	4.691	4.690
Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung	26	727	0	0	0	753
Dividendenzahlung	0	0	0	0	-3.089	-3.089
Verkauf eigener Aktien	0	0	984	0	0	984
Personalkosten Aktienoptionsprogramm	0	0	0	36	0	36
Stand 30.06.2013	5.580	18.120	-1.055	16.337	16.154	55.136

Erläuterungen zum Konzern-Zwischenabschluss

für das erste Halbjahr vom 1. Januar bis 30. Juni 2013

Informationen zu Gesellschaft und Konzern

Die XING AG hat ihren Firmensitz in der Dammtorstraße 29-32, 20354 Hamburg, Deutschland, und ist beim Amtsgericht Hamburg unter HRB 98807 eingetragen. Das Mutterunternehmen der Gesellschaft ist die Burda Digital GmbH, München. Das oberste Mutterunternehmen der Gesellschaft ist seit dem 18. Dezember 2012 die Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg, Deutschland.

Gemessen an der weltweiten Gesamtzahl einzelner Besucher betreibt XING eine der führenden Websites für Professional Networking. Die internationale, mehrsprachige, internetbasierte Plattform ist eine „Beziehungsmaschine“, die ihren Mitgliedern die Möglichkeit gibt, neue geschäftliche Kontakte zu finden, bestehende Kontakte aufrechtzuerhalten, ihren Wirkungsbereich auf neue Märkte auszudehnen sowie Meinungen und Informationen auszutauschen. XING erzielt seine Umsatzerlöse im Wesentlichen aus Mitgliedsbeiträgen der Premium-Mitglieder und betreibt die Plattform gegenwärtig frei von bezahlter Werbung für Premium-Mitglieder.

Grundlagen der Abschlusserstellung sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss für die am 30. Juni 2013 endende Berichtsperiode wurde in Übereinstimmung mit dem von der EU verabschiedeten International Financial Reporting Standard für Zwischenabschlüsse (IAS 34) erstellt. Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht alle für den Konzernabschluss zum Geschäftsjahresende erforderlichen Informationen und Angaben und ist daher in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012 zu lesen.

Der Betrachtungszeitraum umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2013 bis zum 30. Juni 2013. Als Vergleichsperiode wird der Zeitraum vom 1. Januar 2012 bis zum 30. Juni 2012 dargestellt. Der Konzern-Zwischenabschluss und der Konzern-Zwischenlagebericht zum 30. Juni 2013 der XING AG wurden durch den Vorstand am 6. August 2013 zur Veröffentlichung freigegeben.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses entsprechen den angewandten Methoden im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012. Der Zwischenabschluss wurde vom Abschlussprüfer nicht geprüft oder einer prüferischen Durchsicht unterzogen.

Erwerb der kununu GmbH im Januar 2013

Die XING AG hat mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 2013 sämtliche Geschäftsanteile an der kununu GmbH, Wien, Österreich, übernommen. Mit Vertragsunterschrift hat die XING AG an den Verkäufer zunächst 3,6 Mio. € gezahlt. Im zweiten Quartal erfolgte auf Basis des Jahresabschlusses 2012 der kununu GmbH eine Anpassung des Kaufpreises um 72 Tsd. €. In Abhängigkeit von verschiedenen Faktoren, insbesondere der Umsatz- und EBITDA-Entwicklung der kununu GmbH in den Jahren 2013 und 2014, können bis Februar 2015 maximal weitere Zahlungen in Höhe von insgesamt 5,7 Mio. € erfolgen. Im Zusammenhang mit dieser Akquisition sind im Geschäftsjahr 2012 bereits Aufwendungen in Höhe von 0,4 Mio. € angefallen, die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten sind. Die Erstkonsolidierung erfolgt zum Zeitpunkt der Übertragung der Geschäftsanteile.

Der Zahlungsmittelabfluss aufgrund des Unternehmenserwerbs ist nachfolgend aufgezeigt:

in Tsd. €	2013
Kaufpreis einschließlich möglicher Earnouts	-9.317
dem Erwerb direkt zurechenbare Kosten	-372
mit dem Tochterunternehmen erworbene Fremdzahlungsmittel	1.085
zzgl. noch nicht geleisteter Kaufpreisanteil	5.655
Zahlungsmittelabfluss (Saldo)	-2.949

Die beizulegenden Zeitwerte der Vermögenswerte und Schulden der kununu GmbH stellten sich zum Erwerbszeitpunkt wie folgt dar:

Erstkonsolidierung	
in Tsd. €	08.01.2013
Vermögenswerte	
Sachanlagen	109
Forderungen aus Dienstleistungen	15
Sonstige Aktiva	132
Zahlungsmittel	1.085
	1.341
Schulden	
Rückstellungen	-42
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-95
Sonstige Verbindlichkeiten	-1.391
	-1.528
Summe des identifizierbaren Nettovermögens aufgrund des Unternehmenserwerbs	-187

Die Kaufpreisallokation wurde im Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2013 auf vorläufiger Basis vorgenommen. Eine endgültige Verteilung des Kaufpreises auf die identifizierbaren und bewertbaren Vermögenswerte wird im Verlauf des Geschäftsjahres 2013 erfolgen. Ein zu erfassender Geschäfts- oder Firmenwert ist auf erwartete Synergien und andere Effekte aus den Aktivitäten der kununu GmbH zurückzuführen. Die vorläufigen beizulegenden Zeitwerte der im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte und Schulden sowie der vorläufige Geschäfts- oder Firmenwert stellen sich zum Erstkonsolidierungszeitpunkt wie folgt dar:

Erstkonsolidierung	
in Tsd. €	08.01.2013
Kaufpreis unter Einbeziehung möglicher Earnouts	9.317
Eigenkapital der kununu GmbH	204
Wert Kaufpreisaufteilung	9.521
Wert selbst erstellte Software	-380
Wert Marke/Domain	-780
Wert Kundenbeziehungen	-2.020
Aktive latente Steuern	-213
Passive latente Steuern	795
Geschäfts- oder Firmenwert	6.924

Im zweiten Quartal erfolgte auf Basis des Jahresabschlusses 2012 der kununu GmbH eine Anpassung des Kaufpreises um 72 Tsd. € auf 9.317 Tsd. € sowie des Eigenkapitals der kununu GmbH um 17 Tsd. € auf 204 Tsd. €. Der Geschäfts- oder Firmenwert erhöhte sich somit um 89 Tsd. € auf 6.924 Tsd. €.

Die kununu GmbH hat in den ersten sechs Monaten des Jahres 2013 einen Umsatz in Höhe von 1.377 Tsd. € und ein Ergebnis in Höhe von 192 Tsd. € erwirtschaftet.

Eigene Aktien

Zur Bedienung von Ansprüchen aus Aktienoptionsprogrammen wurden im ersten Halbjahr 2013 insgesamt 37.500 (Vergleichszeitraum: 11.892) eigene Aktien an Anspruchsberechtigte verkauft. Der Erlös betrug 984 Tsd. €. Zum 30. Juni 2013 verfügte die XING AG noch über 37.832 eigene Aktien (31.12.2012: 75.332 Aktien).

Dividendenzahlung

Gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 24. Mai 2013 hat die XING AG am 25. Mai 2013 eine Dividende für das Geschäftsjahr 2012 in Höhe von 0,56 € pro Aktie ausgeschüttet. Bei 5.516.671 dividendenberechtigten Aktien entspricht das einer Auszahlungssumme von 3.089.335,76 €.

Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen

In nachfolgender Tabelle sind die wesentlichen Posten der sonstigen betrieblichen Aufwendungen aufgeschlüsselt:

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.06.2013	01.01.2012 - 30.06.2012
IT-Dienstleistungen, betriebswirtschaftliche Dienstleistungen und Dienstleistungen für neue Märkte	2.024	2.074
Raumkosten	1.955	1.455
Kosten für Zahlungsabwicklung	986	849
Server-Hosting, Verwaltung und Traffic	975	623
Reise-, Bewirtungs- und sonstige Repräsentationskosten	760	676
Abschluss- und Buchführungskosten	444	452
Sonstige Personalkosten	419	389
Periodenfremde Aufwendungen	269	114
Fortbildungskosten	222	191
Rechtsberatungskosten	219	239
Telefon/Mobilfunk/Porto/Kurier	178	175
Kursverluste	156	64
Abgaben, Beiträge und Gebühren	148	109
Aufsichtsratsvergütung	140	140
Forderungsverluste	131	77
Bürobedarf	104	74
Miete/Leasing	83	64
Übrige	185	108
Gesamt	9.398	7.873

Der Anstieg der Raumkosten sowie der Kosten für Server-Hosting, Verwaltung und Traffic resultiert im Wesentlichen aus der Erweiterung der Rechenzentren sowie aus zusätzlichen Büroflächen aufgrund der gestiegenen Anzahl an Mitarbeitern am Hamburger Standort.

Die übrigen Aufwendungen umfassen u.a. Versicherungsbeiträge und Kfz-Kosten.

Segmentinformationen

Die XING AG verfügt über ein berichtspflichtiges Segment mit den Bereichen „Network“ (Basisfunktionen der XING-Plattform und Enterprise Groups), „Premium Club“ (Abonnement-Mitgliedschaften, Display Advertising, Partnerships), „E-Recruiting“ (Stellenanzeigen, Unternehmensprofile und den XING-Talentmanager) und „Events“. Die Aufteilung in Bereiche und Regionen entspricht auch der internen Organisationsstruktur und der Berichterstattung an Vorstand und Aufsichtsrat. Zum Ende des Geschäftsjahres 2012 wurden die bestehenden Geschäftsbereiche neu geordnet. Die Vorjahresangaben wurden zu Vergleichszwecken entsprechend angepasst.

Die aufgeteilten Umsätze des Berichtszeitraums sind in den nachfolgenden Tabellen abgebildet:

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.06.2013	01.01.2012 - 30.06.2012
Premium Club	26.425	25.247
E-Recruiting	10.873	7.904
Events	2.433	2.029
Network	127	158
Gesamt	39.858	35.338

in Tsd. €	01.01.2013 - 30.06.2013	01.01.2012 - 30.06.2012
D-A-CH	38.070	34.031
International	1.788	1.307
Gesamt	39.858	35.338

Auf die Darstellung des langfristigen Vermögens wird aufgrund unwesentlicher Veränderungen verzichtet.

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Nahe stehende Unternehmen und Personen

Bezüglich der Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012. Es haben sich bis zum 30. Juni 2013 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Es liegen keine Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Ende des Berichtszeitraums vor, die eine wesentliche Auswirkung auf den Geschäftsverlauf des XING-Konzerns haben werden.

Hamburg, 6. August 2013

Der Vorstand

Dr. Thomas Vollmoeller

Ingo Chu

Timm Richter

Jens Pape

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzern-Zwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzern-Zwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Der Vorstand

Hamburg, 6. August 2013

FINANZTERMINE

Datum	Veranstaltung
6. August 2013	Halbjahresbericht 2013, Hamburg
6. November 2013	Zwischenbericht zum dritten Quartal 2013, Hamburg

IMPRESSUM UND KONTAKT

Dieser Zwischenbericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Beide Fassungen sowie weitere Presseinformationen stehen auch im Internet unter <http://corporate.xing.com> zum Download bereit.

Geschäftsberichte, Zwischenberichte sowie aktuelle Finanzinformationen zur XING AG erhalten Sie über:

XING AG
Patrick Möller
Director Investor Relations
Dammthorstraße 29 - 32
20354 Hamburg
Telefon +49 40 41 91 31 - 793
Telefax +49 40 41 91 31 - 44

Redaktion

Patrick Möller

Konzept und Gestaltung

HGB Hamburger Geschäftsberichte
GmbH & Co. KG

Presseinformationen und aktuelle Informationen zur XING AG erhalten Sie über:

Corporate Communications

Telefon +49 40 41 91 31 - 763
Telefax +49 40 41 91 31 - 11
presse@xing.com

Unsere Social Media-Kanäle

<http://blog.xing.com>
(Unternehmensblog der XING AG)

www.xing.com/net/pr1a41bcx/Anlegerforum_XING_Aktie
(Diskussionsforum für XING-Anleger)

Twitter: [xing_ir](#)
(kapitalmarktbezogene Themen und Neuigkeiten)

Twitter: [xing_de](#)
(unternehmensübergreifende Themen und Neuigkeiten)

Twitter: [xing_com](#)
(unternehmensbezogene Themen und Neuigkeiten auf Englisch)

Youtube: www.youtube.com/user/XINGcom?gl=DE
(Youtube-Kanal der XING AG)

Facebook: www.facebook.com/XING
(Facebook-Präsenz der XING AG)